



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2011-2015年伽玛刀行业前十大 企业竞争力分析及投资前景研究 报告

## 一、调研说明

《2011-2015年伽玛刀行业前十大企业竞争力分析及投资前景研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/165658.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、摘要、目录、图表

伽玛射线立体定向放射治疗系统，是一种融立体定向技术和放射外科技术于一体，以治疗颅脑疾病为主的立体定向放射外科治疗设备。它采用伽玛射线几何聚焦方式，通过精确的立体定向，将经过规划的一定剂量的伽玛射线集中射于体内的预选靶点，一次性、致死性地摧毁点内的组织，以达到外科手术切除或损毁的效果。病灶周围正常组织在焦点以外，仅受单束伽玛射线照射，能量很低，而免于损伤。犹如用放大镜聚焦阳光，聚焦的焦点热量可点燃物品，而焦点外的阳光则安全。用伽玛射线代替手术刀，其治疗照射范围与正常组织分界非常明显，边缘如刀割一样，人们形象地称之为"伽玛刀"。

1967年，世界上第一台头部伽玛刀在瑞典问世，替代了一部分开颅手术，被誉为"医学治疗史上的一次革命"。1993年，我国引进了第一台伽玛刀，用于脑部疾病的治疗。而在引进的同时，国内某些企业也一直在从事有自主知识产权伽玛刀的研发工作。1996年，我国自行研制的首台旋转式头部伽玛刀问世并投入临床使用。1998年，我国又创造性地研制出体部伽玛刀，将伽玛刀的治疗范围从颅脑疾病扩展到全身主要部位的肿瘤。2003年，我国自主开发研制出"超级伽玛治疗系统"，将此前已有的各类伽玛立体定向放疗装置的治疗范围和功能合为一体，并加以创新提高，成为能够兼备脑部疾病治疗和体部肿瘤治疗的新型伽玛立体定向治疗装置。到目前为止，我国各地医院利用伽玛刀累计治疗了各类疾病患者数十万例，尤其在实体瘤治疗上取得了令人满意的疗效。可以说，国产伽玛刀在较短时间里成为肿瘤治疗的全新技术，并走在了世界前列。

2010年是我国"十一五"规划的收官之年，同时又是全面推进医药卫生体制改革承上启下的关键一年。逐渐深化的新医改和即将出台的"十二五"规划，无疑是业内关注的焦点。技术研究、产品研发、平台搭建以及基地建设，将是"十二五"期间我国医疗器械产业的发展重点。未来我国将大力调整医疗器械产业的发展方向和产品结构，扶持和发展自主知识产权，以推动产业发展。医疗器械产业"十二五"规划中，将特别提出鼓励企业加大与外资合作，实施"走出去"战略。2010年下半年医疗器械产业的出口增速有望延续上半年的迅猛势头，全年增速将达到18-20%。中国医疗器械正凭借高性价比成为越来越多国际厂商的选择目标。根据《国家中长期科学和技术发展规划纲要》，未来，我国医疗器械发展将分为两个层面：一方面是技术和产品研发。在新医改的稳步推行下，加大医疗器械产品的研发是目前的重点。另一方面是产业平台搭建和基地建设。关于这方面，目前亟待改变"散、乱、差"的局面，实现健康发展。在当前形势下，我国伽玛刀行业的投资潜力如何？存在哪些投资机会？前十大优秀企业又有哪些经验值得借鉴呢？

本研究咨询报告由在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、

国家海关总署、国家工业和信息化部、国务院发展研究中心、国家经济信息中心、全国商业信息中心、中国医药保健品进出口商会、中国医疗器械行业协会、中国仪器仪表行业协会、中国健身器材行业协会、国内外相关报刊杂志的基础信息、伽玛刀行业研究单位等公布和提供的大量资料以及对行业内企业调研访察所获得的大量第一手数据，对我国伽玛刀市场的发展状况、供需状况、竞争格局、赢利水平、发展趋势等进行了分析。报告重点分析了伽玛刀前十大企业的研发、产销、战略、经营状况等。报告还对伽玛刀市场风险进行了预测，为伽玛刀生产厂家、流通企业以及零售商提供了新的投资机会和可借鉴的操作模式，对欲在伽玛刀行业从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前中国伽玛刀行业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

## 目录

## CONTENTS

### 第一部分 行业运行现状

#### 第一章 中国伽玛刀行业发展概述

##### 第一节 伽玛刀行业发展情况

###### 一、伽玛刀定义

###### 二、伽玛刀行业发展历程

##### 第二节 伽玛刀产业链分析

###### 一、产业链模型介绍

###### 二、伽玛刀产业链模型分析

##### 第三节 2008-2010年中国伽玛刀行业经济指标分析

###### 一、赢利性

###### 二、成长速度

###### 三、附加值的提升空间

###### 四、进入壁垒 / 退出机制

###### 五、风险性

###### 六、行业周期

###### 七、竞争激烈程度指标

###### 八、当前行业发展所属周期阶段的判断

## 第二章 全球伽玛刀市场发展分析

### 第一节 全球伽玛刀市场发展情况分析

- 一、2009年全球伽玛刀市场发展分析
- 二、2009年全球伽玛刀市场统计分析
- 三、2010年上半年全球伽玛刀市场分析
- 四、2010年上半年全球伽玛刀销售排名
- 五、2010年全球伽玛刀消费者调查分析

### 第二节 2010年世界主要国家伽玛刀市场分析

- 一、2010年美国伽玛刀市场现状分析
- 二、2010年欧洲伽玛刀市场现状分析
- 三、2010年日本伽玛刀市场现状分析
- 四、2010年韩国伽玛刀市场现状分析
- 五、2010年中东与非洲伽玛刀市场分析

## 第三章 中国伽玛刀市场运行分析

### 第一节 伽玛刀行业市场发展基本情况

- 一、市场现状分析
- 二、市场规模分析
- 三、市场特点分析
- 四、市场技术发展状况

### 第二节 伽玛刀行业技术研发情况

- 一、行业研发情况分析
- 二、竞争对手研发占投入比
- 三、研发投入与研发成果关系

### 第三节 行业市场工业总产值分析

- 一、年市场工业总产值分析
- 二、2009-2010年不同规模企业工业总产值分析
- 三、2009-2010年不同所有制企业工业总产值比较
- 四、2009-2010年行业市场工业总产值地区分布

### 第四节 行业市场产品价格分析

- 一、2008年市场产品价格走势
- 二、2009年市场产品价格走势

三、2010年上半年市场产品价格走势

四、2011-2015年市场产品价格趋势预测

## 第四章 中国伽玛刀行业的国际比较分析

### 第一节 中国伽玛刀市场发展情况分析

一、2009年中国伽玛刀市场发展分析

二、2009年中国伽玛刀市场统计分析

三、2010年中国伽玛刀市场发展分析

四、2010年中国伽玛刀细分市场分析

### 第二节 中国伽玛刀行业的国际比较分析

一、中国伽玛刀行业竞争力指标分析

二、国际伽玛刀行业竞争力指标分析

三、中国伽玛刀行业经济指标国际比较分析

### 第三节 全球伽玛刀行业市场需求分析

一、市场规模现状

二、需求结构分析

三、重点需求客户

四、市场前景展望

## 第五章 中国伽玛刀行业经济运行指标分析

### 第一节 2010年中国伽玛刀行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

### 第二节 2010年中国伽玛刀行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

### 第三节 2010年中国伽玛刀行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

## 第二部分 市场供需分析

### 第六章 中国伽玛刀行业生产现状分析

#### 第一节 伽玛刀行业生产分析

- 一、产品及原材料进口、自有比例
- 二、国内产品及原材料生产基地分布
- 三、产品及原材料产业集群发展分析
- 四、2008-2010年产品及原材料产能情况分析

#### 第二节 伽玛刀行业产能分析

- 一、2009-2010年伽玛刀产能分析
- 二、2009-2010年重点企业产能及占有份额
- 二、2011-2015年伽玛刀产能预测

#### 第三节 伽玛刀行业产量分析

- 一、2009-2010年伽玛刀产量分析
- 二、2010年产能配置与产能利用率调查
- 三、2011-2015年伽玛刀产量预测

#### 第四节 伽玛刀行业市场供给分析

- 一、2010年伽玛刀生产规模现状
- 二、2010年伽玛刀产能规模分布
- 三、2010年伽玛刀市场价格走势
- 四、2010年伽玛刀重点厂商分布
- 五、2010年伽玛刀产供状况分析

### 第七章 伽玛刀行业采购状况分析

#### 第一节 伽玛刀成本分析

- 一、2009-2010年原材料成本走势分析
- 二、2009-2010年劳动力供需及价格分析
- 三、2009-2010年其他方面成本走势分析

#### 第二节 上游原材料价格与供给分析

- 一、主要原材料情况
- 二、2008-2010年主要原材料价格与供给分析
- 三、2011-2015年主要原材料市场变化趋势预测

#### 第三节 伽玛刀产业链的分析

- 一、行业集中度
- 二、主要环节的增值空间
- 三、行业进入壁垒和驱动因素
- 四、上下游行业影响及趋势分析

## 第八章 中国伽玛刀市场供需分析

### 第一节 2010年伽玛刀市场需求分析

- 一、伽玛刀行业需求市场
- 二、伽玛刀行业客户结构
- 三、伽玛刀行业需求的地区差异

### 第二节 2010年伽玛刀市场供给分析

- 一、2010年伽玛刀市场供给分析
- 二、2011-2015年伽玛刀市场供给预测

### 第三节 2011-2015年供求平衡分析及未来发展趋势

- 一、2011-2015年伽玛刀行业的需求预测
- 二、2009-2010年伽玛刀供求平衡分析
- 三、2011-2015年伽玛刀供求平衡预测

## 第九章 区域市场情况深度研究

### 第一节 长三角区域市场情况分析

### 第二节 珠三角区域市场情况分析

### 第三节 环渤海区域市场情况分析

### 第四节 主要省市集中度及竞争力模式分析

### 第五节 伽玛刀行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

- 一、华北大区市场分析
- 二、华中大区市场分析
- 三、华南大区市场分析
- 四、华东大区市场分析
- 五、东北大区市场分析
- 六、西南大区市场分析
- 七、西北大区市场分析

### 第六节 伽玛刀重点地区销售分析



- 一、伽玛刀各地区对比销售分析
- 二、伽玛刀"重点地区一"销售分析
- 三、伽玛刀"重点地区二"销售分析
- 四、伽玛刀"重点地区三"销售分析
- 五、伽玛刀"重点地区四"销售分析
- 六、伽玛刀"重点地区五"销售分析
- 七、伽玛刀"重点地区六"销售分析

### 第三部分 行业竞争分析

#### 第十章 伽玛刀市场竞争格局分析

##### 第一节 行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

##### 第二节 行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

##### 第三节 行业国际竞争力比较

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

##### 第四节 伽玛刀竞争力优势分析

- 一、整体产品竞争力评价
- 二、产品竞争力评价结果分析
- 三、竞争优势评价及构建建议

##### 第五节 伽玛刀行业竞争格局分析

- 一、2010年伽玛刀行业竞争分析

- 二、2010年国内外伽玛刀竞争分析
- 三、2010年中国伽玛刀市场竞争分析
- 四、2010年中国伽玛刀市场集中度分析
- 五、2010年中国伽玛刀竞争对手市场份额
- 六、2010年中国伽玛刀主要品牌企业梯队分布

## 第十一章 伽玛刀行业产业结构分析

### 第一节 产业结构分析

- 一、市场细分充分程度的分析
- 二、各细分市场领先企业排名
- 三、各细分市场占总市场的结构比例
- 四、领先企业的结构分析（所有制结构）

### 第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

- 一、产业价值链的构成
- 二、产业链条的竞争优势与劣势分析

### 第三节 产业结构发展预测

- 一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 三、中国伽玛刀行业参与国际竞争的战略市场定位

## 第十二章 前十大领先企业发展分析

### 第一节 飞利浦

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、市场占有份额情况
- 四、2009-2010年产能及占比
- 五、2009-2010年主要经营数据指标
- 六、2011-2015年公司发展战略分析

### 第二节 通用电气

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

### 第三节 深圳市一体医疗科技有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

### 第四节 武汉康桥医学新技术有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

### 第五节 华伦医疗设备有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

### 第六节 医科达北研（北京）医疗器械有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

### 第七节 惠恒医疗有限公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、市场占有率情况
- 四、2009-2010年产能及占比
- 五、2009-2010年主要经营数据指标
- 六、2011-2015年公司发展战略分析

#### 第八节 深圳傲华医疗设备发展有限公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、市场占有率情况
- 四、2009-2010年产能及占比
- 五、2009-2010年主要经营数据指标
- 六、2011-2015年公司发展战略分析

#### 第九节 深圳玛西普医学科技发展有限公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、市场占有率情况
- 四、2009-2010年产能及占比
- 五、2009-2010年主要经营数据指标
- 六、2011-2015年公司发展战略分析

#### 第十节 深圳市奥沃医学新技术发展有限公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、市场占有率情况
- 四、2009-2010年产能及占比
- 五、2009-2010年主要经营数据指标
- 六、2011-2015年公司发展战略分析

### 第四部分 投资潜力预测

#### 第十三章 2011-2015年伽玛刀行业发展趋势及影响因素

##### 第一节 伽玛刀市场前景分析

- 一、伽玛刀市场容量分析

二、伽玛刀行业利好利空政策

三、伽玛刀行业发展前景分析

第二节 伽玛刀未来发展趋势分析

一、中国伽玛刀发展方向分析

二、2011-2015年中国伽玛刀行业发展规模

三、2011-2015年中国伽玛刀行业发展趋势预测

第三节 2011-2015年伽玛刀行业供需预测

一、2011-2015年伽玛刀行业供给预测

二、2011-2015年伽玛刀行业需求预测

三、2011-2015年伽玛刀行业进出口预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

六、中国伽玛刀行业SWOT分析

第十四章 2011-2015年伽玛刀行业投资方向与风险分析

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析

第二节 产业发展的空白点分析

第三节 投资回报率比较高的投资方向

第四节 伽玛刀行业投资潜力与机会

第五节 新进入者应注意的障碍因素

第六节 2011-2015年中国伽玛刀行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、原材料压力风险分析

三、技术风险分析

四、政策和体制风险

五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第五部分 市场策略研究

## 第十五章 行业发展环境与渠道分析

### 第一节 全国经济发展背景分析

#### 一、2010年宏观经济数据分析

#### 二、2010年宏观政策环境分析

#### 三、"十二五"发展规划分析

### 第二节 主要城市发展背景分析

#### 一、主要城市区域市场特点分析

#### 二、主要城市社会经济现状分析

#### 三、未来主要城市经济发展预测

### 第三节 竞争对手渠道模式

#### 一、伽玛刀市场渠道情况

#### 二、伽玛刀竞争对手渠道模式

#### 三、伽玛刀直营代理分布情况

### 第四节 主要商圈发展趋势分析

#### 一、各城市主要商圈渠道分布情况

#### 二、各城市主要商圈销售规模分析

#### 三、各城市主要商圈发展趋势分析

## 第十六章 2011-2015年伽玛刀行业市场策略分析

### 第一节 消费者调查研究

#### 一、消费者生活方式调查

#### 二、未来社会人口生活水平

#### 三、伽玛刀消费者调查

#### 四、发达国家同期消费者感知

### 第二节 营销分析与营销模式推荐

#### 一、渠道构成

#### 二、销售贡献比率

#### 三、覆盖率

#### 四、销售渠道效果

#### 五、价值流程结构

### 第三节 多元化策略分析

#### 一、行业多元化策略研究

二、现有竞争企业多元化业务模式

三、上下游行业策略分析

第四节 广告投放策略分析

一、行业广告投放现状分析

二、2009-2010年广告投放方式变化分析

三、2009-2010年广告投放总量变化分析

四、2011-2015年广告投放策略分析

第五节 品牌策略分析

一、各品牌定位及策略分析

二、各品牌知名度及策略分析

三、各品牌美誉度及策略分析

四、各品牌忠诚度及策略分析

图表目录

图表：伽玛刀产业链分析

图表：伽玛刀行业生命周期

图表：2009-2010年中国伽玛刀行业市场规模

图表：2009-2010年全球伽玛刀产业市场规模

图表：2009-2010年伽玛刀重要数据指标比较

图表：2009-2010年中国伽玛刀行业销售情况分析

图表：2009-2010年中国伽玛刀行业利润情况分析

图表：2009-2010年中国伽玛刀行业资产情况分析

图表：2009-2010年中国伽玛刀竞争力分析

图表：2011-2015年中国伽玛刀市场前景预测

图表：2011-2015年中国伽玛刀市场价格走势预测

图表：2011-2015年中国伽玛刀发展前景预测

图表：2009-2010年国内生产总值及其增长速度

图表：2009-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2009-2010年国家外汇储备

图表：2009-2010年税收收入及其增长速度

图表：2009-2010年粮食产量及其增长速度

图表：2009-2010年工业增加值及其增长速度

图表：2009年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2009年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2009-2010年建筑业增加值及其增长速度

图表：2009-2010年固定资产投资及其增长速度

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2009-2010年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2009年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2009年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2009年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2009-2010年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2009-2010年电话用户数

图表：2009年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2009-2010年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2009-2010年各类教育招生人数

图表：2008年人口数及其构成

图表：2009-2010年农村居民村收入及其增长速度

图表：2009-2010年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2010年1-9月工业生产主要指标

图表：2009-2010年9月全国居民消费价格指数

图表：2009-2010年9月工业品出厂价格指数

图表：2010年1-9月伽玛刀产量全国统计

图表：2010年1-9月伽玛刀产量北京市统计

图表：2010年1-9月伽玛刀产量天津市统计

图表：2010年1-9月伽玛刀产量河北省统计

图表：2010年1-9月伽玛刀产量内蒙古统计



图表：2010年1-9月伽玛刀产量辽宁省统计

图表：2010年1-9月伽玛刀产量吉林省统计

图表：2010年1-9月伽玛刀产量黑龙江统计

图表：2010年1-9月伽玛刀产量上海市统计

图表：2010年1-9月伽玛刀产量江苏省统计

图表：2010年1-9月伽玛刀产量浙江省统计

图表：2010年1-9月伽玛刀产量安徽省统计

图表：2010年1-9月伽玛刀产量福建省统计

图表：2010年1-9月伽玛刀产量江西省统计

艾凯数据研究中心发布的《2011-2015

年伽玛刀行业前十大企业竞争力分析及投资前景研究报告》，内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

图表：2010年1-9月伽玛刀产量山东省统计

图表：2010年1-9月伽玛刀产量河南省统计

图表：2010年1-9月伽玛刀产量湖北省统计

图表：2010年1-9月伽玛刀产量湖南省统计

图表：2010年1-9月伽玛刀产量广东省统计

图表：2010年1-9月伽玛刀产量广西区统计

图表：2010年1-9月伽玛刀产量海南省统计

图表：2010年1-9月伽玛刀产量四川省统计

图表：2010年1-9月伽玛刀产量云南省统计

图表：2010年1-9月伽玛刀产量陕西省统计

图表：2010年1-9月伽玛刀产量甘肃省统计

图表：2010年1-9月伽玛刀产量青海省统计

图表：2010年1-9月伽玛刀产量宁夏区统计

图表：2010年1-9月伽玛刀产量新疆区统计

图表：2010年1-9月我国伽玛刀产品进口数据

图表：2010年1-9月我国伽玛刀产品出口数据

图表：2010年1月我国伽玛刀产品进口数据

图表：2010年1月我国伽玛刀产品出口数据

图表：2010年2月我国伽玛刀产品进口数据

图表：2010年2月我国伽玛刀产品出口数据

图表：2010年3月我国伽玛刀产品进口数据

图表：2010年3月我国伽玛刀产品出口数据

图表：2010年1季度我国伽玛刀产品进口数据

图表：2010年1季度我国伽玛刀产品出口数据

图表：2010年4月我国伽玛刀产品进口数据

图表：2010年4月我国伽玛刀产品出口数据

图表：2010年5月我国伽玛刀产品进口数据

图表：2010年5月我国伽玛刀产品出口数据

图表：2010年6月我国伽玛刀产品进口数据

图表：2010年6月我国伽玛刀产品出口数据

图表：2010年2季度我国伽玛刀产品进口数据

图表：2010年2季度我国伽玛刀产品出口数据

图表：2010年7月我国伽玛刀产品进口数据

图表：2010年7月我国伽玛刀产品出口数据

图表：2010年8月我国伽玛刀产品进口数据

图表：2010年8月我国伽玛刀产品出口数据

图表：2010年9月我国伽玛刀产品进口数据

图表：2010年9月我国伽玛刀产品出口数据

图表：2010年3季度我国伽玛刀产品进口数据

图表：2010年3季度我国伽玛刀产品出口数据

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/165658.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。